# 越偏远的乡村食品价格越便宜吗?*

## ——基于中国乡村振兴综合调查数据的证据

阎 竣[1]，李 睿[2]，王 瑜[3]

（1. 首都经济贸易大学会计学院，北京 100070；2. 大连海事大学公共管理与人文学院，辽宁 大连 116026；
3. 中国社会科学院农村发展研究所，北京 100732）

**摘 要**：食品价格是居民生活成本的重要组成部分。传统观点认为，偏远乡村因生产和生活成本较低，食品价格应相对便宜；但也有研究指出，偏远地区因市场参与成本较高，食品价格反而可能更高。基于2022年中国乡村振兴综合调查（CRRS）在222个村的10个类别、38种主要食品价格数据，系统分析了偏远乡村食品价格的影响因素。研究发现：35种主要食品价格与地理距离无显著相关性，仅果蔬类中的苹果和本地常食用水果价格较低，而蛋类中的鸡蛋价格较高，表明偏远乡村食品价格整体上并非更便宜；地形对食品价格的影响显著高于距离因素。与平原地区相比，丘陵地区的主食类、豆类、油脂类、肉禽类、果蔬类和调味品类价格普遍更高，山区在豆类、肉禽类、果蔬类价格上显著偏高。异质性分析显示，东部地区偏远乡村的油脂类、水产品类和果蔬类食品中7种价格较低，而中部地区的主食类、豆类、肉禽类和果蔬类共有10种价格受地形影响显著。调节效应分析表明，乡村旅游与电商经营有助于降低偏远乡村的主食类、油脂类、肉禽类、蛋类、果蔬类及糖茶饮料类等食品价格。因此，应健全食品市场监测与调控体系，实施差异化扶持政策，推动特色农业发展，并强化对乡村旅游与电商经营的引导与规范，以降低偏远地区返贫风险、促进乡村消费公平与可持续发展。

**关键词**：食品价格；防返贫；价格补贴；乡村消费

**中图分类号**：F323.7 **文献标志码**：A **文章编号**：1674-9189(2025)05-0066-11

## 一、引言和文献综述

食品价格既关乎居民生活水平与消费结构，也是影响经济发展和社会稳定的重要宏观指标（廖望，2019）。2024年12月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于完善价格治理机制的意见》明确指出，“价格治理是宏观经济治理的重要内容”，要“完善促进物价保持合理水平的价格调控机制”，并强调通过创新价格引导机制等，实现“价格合理形成”和“引导价格平稳运行”。据国家统计局发布的《中华人民共和国2023年国民经济和社会发展统计公报》，全国居民恩格尔系数（即居民家庭食品消费支出占家庭消费总支出的比重）为29.8%，其中城镇居民为28.8%，农村居民为32.4%，城乡差距为3.6%。2016—2023年，城镇居民恩格尔系数总体呈下降趋势（由29.3%降至28.8%）①，而农村居民则在波动中略有上升（由32.2%升至32.4%）。这表明农村家庭消费结构升级动力不足。作为影响恩格尔系

*项目来源：辽宁省社会科学规划基金项目（L23CSH007）。

作者简介：阎竣，女，博士，副教授，硕士生导师，研究方向：会计理论与实务。

通信作者：李睿，女，博士，副教授，硕士生导师，研究方向：农村发展、社会保障。

① 数据根据2016—2023年《中华人民共和国国民经济和社会发展统计公报》整理所得。

数的关键因素，食品价格直接制约农村居民生活质量的提升与农村经济的内生增长。然而，现有研究对偏远乡村食品价格的形成机制、空间差异及其影响因素关注仍然有限。因此，进一步探讨偏远乡村食品价格的决定机制及其调控路径，对于理解城乡消费差距、完善价格治理体系、促进共同富裕具有重要的现实意义。

“偏远地区物价更低”似乎是一种被广泛接受的生活常识，然而这一认知正在被复杂市场环境所挑战。关于偏远地区与食品价格之间的关系，学界尚未形成一致结论。王康等(2016)发现，1994—2007年与2009—2012年间，中国食品价格收敛速度表现为先减弱后增强的“U”型趋势及随后走弱特征。基于地区比较，陈梦根和宋苗苗(2018)指出，若以不含外出用餐的16类基本食品计算地区食品购买力平价，全国31个省份中有24个地区的食品价格水平高于北京，尤其以西藏等中西部地区最为突出。在我国，偏远地区通常具有远离城市、地形复杂等特征。随着交通与物流成本的下降以及供应链效率的提升，“最先一公里”和“最后一公里”的打通使城乡食品价格差距的缩小成为可能(葛显龙和杨斯然，2024)。

现有研究多聚焦于食品价格波动的影响因素，且多从宏观层面展开分析。在全国层面，乔时和王振霞(2013)以粮食价格为代表，指出2006—2012年我国食品价格波动主要源于货币供给量的快速增长。赵昕东和王小叶(2014)从供给与需求两方面揭示了1994—2012年我国食品价格上涨的决定因素，认为农业生产资料价格上涨是主要推动力，而自然灾害、需求因素和超额货币的影响相对较小。黎东升等(2014)指出，国内自然灾害事件会直接引发食品价格上涨，而国外自然灾害及经济危机事件虽无直接冲击效应，但经济危机可通过影响国内经济与总体价格水平间接推高食品价格。在区域层面，王莉娟(2023)基于2001—2019年湖北省数据研究表明，食品价格受经济环境、供给水平、成本要素及国际形势等多重因素影响。总体来看，现有研究主要关注城市食品价格或城乡价格差异，对农村地区食品价格的形成机制与特征关注不足。

因此，本文旨在探讨越偏远的乡村食品价格是否越便宜这一问题，并重点回答以下问题：第一，与平原地区相比，丘陵与山区的乡村主要食品价格是否更低？第二，发展乡村旅游的村庄，其主要食品价格是否因游客需求上升而出现上涨，从而影响本地居民生活？第三，村庄电商的发展是否会带来主要食品价格的下降？本文通过系统性分析，揭示乡村主要食品价格的微观影响因素及其现实作用机制，为推动乡村经济发展和改善农村居民生活提供实证参考。

相较于以往研究，本文的边际贡献主要体现在以下三方面：第一，采用更为细致的主要食品价格指标展开分析。基于调研期10个类别、38种农村日常主要食品的村级平均价格，本文在食品类别划分上更精细、覆盖品种更全面。第二，综合使用村委会到乡镇政府的行车距离及村庄地势等指标衡量区位特征对农村主要食品价格的影响，为理解地理与交通因素的作用机制提供了新的实证证据。第三，通过构建多元回归模型，量化不同变量对主要食品价格的独立影响，并进一步展开地区异质性分析及乡村旅游与电商发展的调节效应检验，从而提出更具针对性的政策建议。

## 二、理论分析与研究假说

城乡食品价格差异的形成机制可依据经济学理论加以解释。首先，根据本地市场效应理论，农村作为农产品供给端，因可直接获取土地与劳动力等生产要素而具有天然成本优势(Krugman, 1980)。初级产品生产的空间集聚不仅有助于单位生产成本，也能通过减少流通环节形成终端价格优势。其次，价格歧视理论指出，具有市场实力的本地企业可依据消费者特征实施差别定价，从而扭曲产品价格信号，助长地方保护与市场分割(Dhingra and Morrow, 2019)。因此，城市市场由于居民收入较高、需求弹性较低，更易出现商品价格溢价；而农村市场因收入水平较低、需求弹性较高，商品价格相对较低。再次，冰山运输成本理论指出，运输过程中的损耗会推高偏远地区的食品生产成本。然而，中国

农村作为蔬菜、肉类等食品的主要供给方，规模化生产效应可能抵消部分运输损耗。随着食品由农村流向城市，其成本中还包括运输费用、税费、库存成本及店铺租金等，推动城市食品价格上升。同时，城市居民的较高收入与强劲需求进一步强化了这种价格上浮趋势(李文星，2015)。随着农业生产专业化水平提升，市场、交通条件的改善与规模经济效应共同推动了农村消费的市场化进程(朱佩芬，2021)。因此，农村食品价格可能因市场化进程加快而上升，也可能因成本优势扩大而下降。总体来看，城乡食品价格差异呈现出动态演变特征。综上所述，提出如下假说：

H1：越偏远的乡村，主要食品价格越低。

中国地形复杂多样，平原地区与丘陵和山区在自然禀赋与农业生产条件上存在显著差异，被视为我国农业发展的两个典型极端(郑旭媛和应瑞瑶，2017)。地形特征不仅约束农户的种植决策，还深刻影响农业生产的经济效益和收益水平，对现代农业发展形成一定挑战(李庆等，2019)。其中，平原地区土地平整、灌溉条件优越、交通便利，有利于农业生产的规模化与效率化(冀名峰和李琳，2020)，从而降低单位生产成本并提高产量，这一优势最终在市场中体现为食品价格相对较低。相较之下，丘陵与山区耕作条件受限，机械化水平较低，种植难度和物流成本普遍较高，导致食品价格偏高。此外，平原地区市场规模较大、竞争更为激烈，进一步压低了食品价格；而丘陵与山区因需求有限，流通受阻，价格水平相对偏高。综上所述，提出如下假说：

H2：相较于平原地区，丘陵与山区的主要食品价格更高。

乡村旅游是以城市居民为主要目标市场，以农业文化景观、生态环境、农事活动、乡村生活方式及农村民俗风情等为核心资源，集观光、休闲、度假、康养、考察、研学、科普、美食、娱乐和购物等多功能于一体的综合性旅游形式②。乡村旅游的兴起在促进农村经济结构调整、产业升级和农民增收方面发挥了积极作用，但同时也可能带来负面影响，如干扰当地居民生活、破坏生态环境，甚至诱发社会矛盾。从供需理论视角看，乡村旅游带来的城市游客大量涌入，会显著增加偏远乡村对商品与服务的需求。当地方供给能力无法在短期内有效响应时，容易出现供不应求，从而推高当地物价。Pever(1996)指出，旅游发展往往伴随经济成本上升，如物价上涨；Akis(2011)亦强调，经济利益是居民感知最直接和显著的方面。陈佳等(2017)基于案例分析指出，乡村旅游既会提高生活与经营成本，也能提升社区旅游服务价格，增加农户收入，表明物价上涨效应具有一定的双重性。总体而言，乡村旅游发展在改善农民经济收益的同时，也可能抬高偏远地区的食品价格。综上所述，提出如下假说：

H3：乡村旅游会抬高偏远乡村的主要食品价格。

电子商务嵌入农村社会后，对农村的经济、社会与文化结构产生了深远影响，被普遍视为赋能小农户对接大市场的有效途径(郭建鑫等，2024)。电子商务的发展重塑了传统农产品的流通模式，由“农户—收购商—批发市场—零售商—消费者”的间接交易逐步转向“农户—电商平台—消费者”的直接交易(赵晓飞和李崇光，2012)。依据交易成本理论，电子商务通过降低搜寻、谈判与履约等环节的成本，有效缓解了小农户与大市场之间的信息不对称与结构性矛盾。在此基础上，农村电商的参与不仅提升了农户的市场议价能力，扩大了农产品交易规模，还提高了销售收入与交易满意度(吕丹等，2021)。同时，农村电商也能更好地满足本地居民在消费上的规模化、多样化、便利化与适配性需求(黄维晨等，2024)。通过加速生产与消费的双向衔接，增强价格信息的透明度，电子商务促进了消费者与生产者之间的高效链接，使农户在消费端亦能享受更为优惠的价格(江小涓和靳景，2022)。综上所述，提出如下假说：

H4：电商经营会降低偏远乡村的主要食品价格。

② 资料来源于中华人民共和国农业农村部：《农业部国家旅游局关于开展全国休闲农业与乡村旅游示范县和全国休闲农业示范点创建活动的意见》，参见https://www.moa.gov.cn/gk/tzgg_1/tz/201008/t20100804_1612014.htm。

## 三、数据来源与研究设计

### （一）数据来源

本文数据来源于2022年中国乡村振兴综合调查（China Rural Revitalization Survey，CRRS）。该调查由中国社会科学院农村发展研究所组织实施，是一项覆盖全国的大型农村追踪调查项目，每两年开展一次。第一期调查于2020年启动，覆盖黑龙江、浙江、安徽、山东、河南、广东、四川、贵州、陕西和宁夏10个省份，共涉及50个区县，150个乡镇，300个村庄和3 800户家庭，具有较强的样本代表性[③]。2022年问卷新增“社区或村级食品价格”模块，该模块通过询问社区或村内的超市、商店及商贩，获取调查期内10个类别共38种农村主要食品的村级平均价格，涵盖主食类、豆类、油脂类、肉禽类、蛋类、奶类、水产品类、果蔬类、糖茶饮料类及调味品类。经剔除缺失值，最终获得222个村庄的有效样本。

### （二）变量选取

被解释变量。本文的被解释变量为村级主要食品价格，表1进一步报告了这38种食品价格的描述性统计结果。在实证分析中，为减少异方差影响并便于结果解释，对食品价格变量取自然对数处理。

**表1　农村主要食品价格描述统计**

| 类别 | 种类 | 单位 | 平均数 | 标准差 | 最小值 | 最大值 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 主食类 | 大米 | 元/斤 | 2.74 | 0.62 | 1.50 | 7.50 |
| | 面粉 | 元/斤 | 2.47 | 0.85 | 1.00 | 8.00 |
| | 馒头 | 元/斤 | 3.67 | 1.95 | 0.50 | 12.00 |
| | 小米 | 元/斤 | 5.15 | 2.15 | 1.50 | 20.00 |
| | 红薯 | 元/斤 | 2.02 | 1.11 | 0.30 | 7.00 |
| 豆类 | 大豆 | 元/斤 | 3.76 | 1.47 | 1.20 | 10.00 |
| | 豆腐 | 元/斤 | 2.97 | 1.26 | 0.50 | 8.00 |
| 油脂类 | 菜油 | 元/升 | 12.13 | 7.02 | 3.50 | 50.00 |
| | 豆油 | 元/升 | 10.49 | 8.23 | 2.50 | 80.00 |
| | 花生油 | 元/升 | 13.97 | 8.94 | 2.50 | 59.00 |
| | 猪油 | 元/升 | 11.95 | 5.86 | 2.00 | 30.00 |
| 肉禽类 | 猪肉 | 元/斤 | 17.61 | 2.89 | 10.00 | 28.00 |
| | 牛肉 | 元/斤 | 42.84 | 9.50 | 20.00 | 70.00 |
| | 羊肉 | 元/斤 | 41.78 | 12.05 | 13.00 | 90.00 |
| | 活鸡 | 元/斤 | 18.43 | 12.02 | 4.50 | 150.00 |
| | 鸡肉 | 元/斤 | 15.39 | 8.76 | 4.00 | 50.00 |
| 蛋类 | 鸡蛋 | 元/斤 | 7.62 | 4.02 | 0.93 | 22.00 |
| 奶类 | 液态鲜奶 | 元/盒（250毫升） | 4.58 | 4.91 | 0.85 | 50.00 |
| | 奶粉 | 元/斤 | 110.07 | 100.96 | 5.00 | 400.00 |

③ 课题组综合考虑经济发展水平、区域位置以及农业发展状况，在东部、中部、西部和东北地区的省份中随机抽取样本省份；再以县级人均GDP为标准实施等距随机抽样选取样本县，确保空间分布的代表性。随后，依据乡镇与村庄的经济发展水平采用相同方法随机抽取样本乡（镇）与村，最终依据村委会花名册随机抽取样本户。

续表1

| 类别 | 种类 | 单位 | 平均数 | 标准差 | 最小值 | 最大值 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 水产品类 | 当地最常食用鱼 | 元/斤 | 10.12 | 4.67 | 2.00 | 45.00 |
| | 当地最常食用虾 | 元/斤 | 30.93 | 14.52 | 4.00 | 90.00 |
| 果蔬类 | 白菜 | 元/斤 | 2.08 | 1.46 | 0.28 | 8.00 |
| | 菠菜 | 元/斤 | 3.27 | 1.99 | 0.50 | 12.00 |
| | 胡萝卜 | 元/斤 | 2.32 | 1.25 | 0.50 | 8.00 |
| | 黄瓜 | 元/斤 | 2.64 | 1.44 | 0.50 | 8.00 |
| | 西红柿 | 元/斤 | 2.83 | 1.54 | 0.20 | 10.00 |
| | 鲜平菇 | 元/斤 | 5.20 | 2.69 | 1.00 | 17.00 |
| | 当地最常食用菜类 | 元/斤 | 2.25 | 1.33 | 0.40 | 8.00 |
| | 苹果 | 元/斤 | 4.82 | 2.05 | 0.70 | 12.00 |
| | 梨 | 元/斤 | 4.14 | 2.18 | 1.00 | 15.00 |
| | 橘子 | 元/斤 | 3.87 | 1.88 | 0.70 | 10.00 |
| | 西瓜 | 元/斤 | 1.80 | 1.36 | 0.30 | 12.00 |
| | 当地水果 | 元/斤 | 3.72 | 3.03 | 0.50 | 35.00 |
| 糖茶饮料类 | 白糖 | 元/斤 | 4.09 | 1.32 | 2.00 | 10.00 |
| | 普通绿茶 | 元/斤 | 89.15 | 121.44 | 1.50 | 1 000.00 |
| | 可口可乐 | 元/听(330毫升) | 3.24 | 1.76 | 2.00 | 25.00 |
| 调味品类 | 普通食盐 | 元/斤 | 2.10 | 1.01 | 0.50 | 10.00 |
| | 当地常用酱油 | 元/升 | 7.65 | 4.64 | 0.90 | 21.00 |

核心解释变量。(1)行车距离。该变量来自村庄调查问卷中“村委会至所在乡镇政府的距离”的调查项，用以衡量村庄的区位可达性。(2)村庄地势。根据问卷对村庄地势的分类，即平原、丘陵和山区(含半山区)，为便于实证分析，对该变量进行虚拟化处理：平原赋值为1，丘陵赋值为2，山区(含半山区)赋值为3。

调节变量。(1)乡村旅游。根据村庄调查问卷非农产业部分中“本村是否有乡村旅游”的调查项设置，若是赋值为1，否则赋值为0。(2)电商经营。根据问卷中“本村是否有电商服务站或产品代售点”的调查项设置，若是则赋值为1，否则赋值为0。

控制变量。结合CRRS问卷设置，本文选取收入水平、村集体资产、设施农用地面积、耕地面积、道路硬化情况、宅基地流转、人口数量、外出劳动力规模和政策帮扶作为控制变量，并在回归模型中加入省份虚拟变量，以控制地区固定效应。

本文核心解释变量、调节变量及控制变量的定义、赋值方式与描述性统计结果见表2。

### (三)模型设定与估计方法

本文采用多元回归模型进行实证分析。该模型能够量化各影响因素对主要食品价格的独立作用，包括前文所述行车距离、村庄地势等变量。模型设定如下：

$$\ln fdprice_i=\beta_1 dist_i+\beta_2 terrain_i+\beta_i control_i+X\gamma_i+\varepsilon_i$$

其中，$\ln fdprice_i$ 为第 $i$ 种主要食品价格，进行取对数操作。$dist$ 为村委会至乡镇政府的行车距离；$terrain$ 为村庄地势；$control$ 为控制变量。$\gamma$ 为省份虚拟变量。

**表2　主要变量描述性统计**

| 变量类型 | 变量名称 | 定义 | 平均值 | 标准差 | 最小值 | 最大值 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 核心解释变量 | 行车距离 | 村委会至所在乡镇政府的行车距离（公里） | 5.67 | 5.43 | 0 | 38.00 |
| | 村庄地势 | 平原=1，丘陵=2，山区=3 | 1.94 | 0.84 | 1.00 | 3.00 |
| 调节变量 | 乡村旅游 | 本村是否有乡村旅游，是=1，否=0 | 0.38 | 0.49 | 0 | 1.00 |
| | 电商经营 | 本村是否有电商服务站或产品代售点，是=1，否=0 | 0.48 | 0.50 | 0 | 1.00 |
| 控制变量 | 收入水平 | 去年人均可支配收入（元），取对数 | 9.54 | 0.72 | 1.95 | 11.00 |
| | 村集体资产 | 本村集体资产总额（万元），取对数 | 6.00 | 2.04 | −1.90 | 18.09 |
| | 设施农用地面积 | 设施农用地面积（亩），取对数 | 2.24 | 2.58 | −3.51 | 9.31 |
| | 耕地面积 | 耕地面积（亩），取对数 | 8.00 | 1.35 | 0 | 10.49 |
| | 道路硬化情况 | 村与组之间的道路硬化比例（%） | 94.41 | 15.81 | 10.00 | 100.00 |
| | 宅基地流转 | 本村是否存在宅基地出租、出售等流转现象，是=1，否=0 | 0.66 | 0.48 | 0 | 1.00 |
| | 人口数量 | 常住人口数（人） | 1 784.49 | 1 918.47 | 96.00 | 16 819.00 |
| | 外出劳动力规模 | 常年外出务工的劳动力数（人） | 411.40 | 537.98 | 0 | 4 000.00 |
| | 政策帮扶 | 本村是否被列为乡村振兴/重点帮扶村，是=1，否=0 | 0.32 | 0.47 | 0 | 1.00 |

## 四、实证结果

### （一）基准回归

表3报告了多元回归模型的估计结果。总体来看，第（2）列的回归结果显示，在10个类别、38种主要食品中，有35种食品价格与村委会至所在乡镇政府的行车距离无显著统计相关性，仅苹果（$\beta_1$=−0.02，$P$<0.05）和当地水果（$\beta_1$=−0.04，$P$<0.05）表现出“越偏远越便宜”的特征。该结果可能与当地水果产销链的封闭性有关：苹果和当地水果多由农户自产自销，流通环节较少，且偏远地区土地和劳动力成本更低，从而形成产地直销的价格优势。此外，鸡蛋（$\beta_1$=0.02，$P$<0.05）与行车距离呈显著正相关。作为居民刚需食品，鸡蛋的市场需求稳定，但在运输过程中多依赖冷链物流，偏远地区因运输距离较长、冷链覆盖率低而导致损耗率上升，进而推高其终端价格。

第（3）列和第（4）列的回归结果显示，与平原地区相比，丘陵和山区的主要食品价格普遍显著偏高。具体而言，相较于平原，丘陵地区的主食类面粉（$\beta_1$=0.12，$P$<0.05）与小米（$\beta_1$=0.17，$P$<0.1）、豆类豆腐（$\beta_1$=0.35，$P$<0.01）、油脂类菜油（$\beta_1$=0.25，$P$<0.05）与花生油（$\beta_1$=0.21，$P$<0.1）、肉禽类活鸡（$\beta_1$=0.25，$P$<0.1）、果蔬类苹果（$\beta_1$=0.28，$P$<0.01）以及调味品类当地常用酱油（$\beta_1$=0.32，$P$<0.05）价格均显著上升；山区则表现更为突出，豆类豆腐（$\beta_1$=0.42，$P$<0.01）、肉禽类活鸡（$\beta_1$=0.56，$P$<0.01）、果蔬类西红柿（$\beta_1$=0.32，$P$<0.05）与苹果（$\beta_1$=0.22，$P$<0.1）价格显著高于平原地区。这种“溢价”现象可从两方面解释：一是运输损耗效应，丘陵与山区地形复杂、道路条件较差，豆腐、活鸡等易损食品在运输中损耗率较高，商户通常通过提价弥补损失；二是山区农业生产规模普遍较小，单位生产与流通成本偏高，从而推升了主要食品价格。

此外，在控制变量方面，村集体资产对主要食品价格具有显著正向影响，特别是对肉禽类、蛋类、果蔬类及糖茶饮料类中7种食物价格的提升作用明显。这可能源于集体经济发展带来的消费升级需求，而当地供给结构调整滞后，形成了需求拉动型价格上升。收入水平、设施农用地面积和耕地面积对主要食品价格影响整体不显著（仅有6种食物显著），反映出农户自给性消费对市场价格的弱敏感性。道路硬化情况与宅基地流转总体上和主要食品价格呈正相关，共计提升8种食品价格，可能与基础设施改善吸引外部资本流入、抬高商业用地租金有关。人口数量和外出劳动力规模则与9种食品价

格呈负相关，但系数较小，影响有限。政策帮扶对豆类（大豆）和油脂类（猪油）价格产生了负向作用，显示出一定的价格抑制效应。

综合来看，中国乡村主要食品价格整体上并未呈现出“越偏远越便宜”的特征，假说1不成立。受地形因素影响，丘陵和山区居民的生活成本问题依然突出，这一实证结果支持假说2。

**表3 回归估计结果**

| 类别 | （1） | （2） | （3） | （4） |
|---|---|---|---|---|
| | 种类 | 行车距离 | 村庄地势 | |
| | | | 丘陵 | 山区 |
| 主食类 | 大米 | 0.00 | −0.01 | −0.01 |
| | | (0.00) | (0.05) | (0.06) |
| | 面粉 | 0.00 | 0.12** | 0.10 |
| | | (0.00) | (0.05) | (0.06) |
| | 馒头 | −0.01 | 0.08 | 0.13 |
| | | (0.01) | (0.15) | (0.18) |
| | 小米 | 0.00 | 0.17* | 0.09 |
| | | (0.01) | (0.09) | (0.10) |
| | 红薯 | −0.01 | 0.17 | 0.20 |
| | | (0.01) | (0.11) | (0.14) |
| 豆类 | 大豆 | −0.02 | 0.18 | 0.09 |
| | | (0.01) | (0.11) | (0.13) |
| | 豆腐 | 0.00 | 0.35*** | 0.42*** |
| | | (0.01) | (0.11) | (0.13) |
| 油脂类 | 菜油 | 0.01 | 0.25** | 0.17 |
| | | (0.01) | (0.10) | (0.12) |
| | 豆油 | 0.01 | 0.14 | 0.00 |
| | | (0.01) | (0.12) | (0.14) |
| | 花生油 | 0.01 | 0.21* | 0.07 |
| | | (0.01) | (0.12) | (0.14) |
| | 猪油 | 0.00 | 0.22 | 0.10 |
| | | (0.01) | (0.08) | (0.09) |
| 肉禽类 | 猪肉 | 0.01 | −0.11** | −0.11** |
| | | (0.01) | (0.13) | (0.16) |
| | 牛肉 | −0.01 | −0.13** | −0.15** |
| | | (0.01) | (0.12) | (0.14) |
| | 羊肉 | −0.01 | −0.17** | −0.14 |
| | | (0.01) | (0.11) | (0.13) |
| | 活鸡 | 0.01 | 0.25* | 0.56*** |
| | | (0.01) | (0.13) | (0.15) |
| | 鸡肉 | 0.02 | 0.14 | 0.22 |
| | | (0.03) | (0.31) | (0.37) |
| 蛋类 | 鸡蛋 | 0.02** | −0.14 | 0.12 |
| | | (0.01) | (0.12) | (0.14) |
| 奶类 | 液态鲜奶 | −0.01 | 0.12 | 0.17 |
| | | (0.01) | (0.14) | (0.17) |
| | 奶粉 | 0.04 | 0.10 | −0.25 |
| | | (0.01) | (0.13) | (0.16) |
| 水产品类 | 当地最常食用鱼 | −0.02 | 0.09 | 0.14 |
| | | (0.01) | (0.12) | (0.14) |
| | 当地最常食用虾 | 0.00 | −0.07 | −0.03 |
| | | (0.01) | (0.12) | (0.15) |
| 果蔬类 | 白菜 | 0.00 | −0.12 | −0.13 |
| | | (0.01) | (0.14) | (0.16) |
| | 菠菜 | 0.00 | −0.13 | −0.15 |
| | | (0.01) | (0.12) | (0.15) |
| | 胡萝卜 | −0.01 | −0.14 | 0.00 |
| | | (0.01) | (0.13) | (0.16) |
| | 黄瓜 | −0.01 | −0.23 | 0.07 |
| | | (0.01) | (0.10) | (0.12) |
| | 西红柿 | −0.01 | 0.14 | 0.32** |
| | | (0.01) | (0.10) | (0.12) |
| | 鲜平菇 | −0.01 | 0.13 | 0.02 |
| | | (0.01) | (0.13) | (0.15) |
| | 当地最常食用菜类 | −0.01 | −0.09 | −0.22* |
| | | (0.01) | (0.15) | (0.18) |
| | 苹果 | −0.02** | 0.28*** | 0.22* |
| | | (0.01) | (0.12) | (0.14) |
| | 梨 | 0.00 | −0.02 | −0.05 |
| | | (0.02) | (0.21) | (0.25) |
| | 橘子 | 0.01 | −0.01 | 0.15 |
| | | (0.01) | (0.08) | (0.09) |
| | 西瓜 | 0.00 | 0.08 | 0.19 |
| | | (0.02) | (0.19) | (0.23) |
| | 当地水果 | −0.04** | 0.33 | 0.16 |
| | | (0.01) | (0.12) | (0.15) |
| 糖茶饮料类 | 白糖 | 0.00 | 0.08 | 0.03 |
| | | (0.01) | (0.07) | (0.08) |
| | 普通绿茶 | 0.02 | −1.34*** | −0.77** |
| | | (0.03) | (0.28) | (0.33) |
| | 可口可乐 | −0.01 | −0.07 | −0.08 |
| | | (0.01) | (0.09) | (0.11) |
| 调味品类 | 普通食盐 | −0.01 | −0.05 | −0.01 |
| | | (0.01) | (0.11) | (0.13) |
| | 当地常用酱油 | 0.01 | 0.32** | 0.21 |
| | | (0.15) | (0.00) | (0.15) |

注：***、**和*分别表示在1%、5%、10%水平上显著；括号内为标准误。囿于篇幅，控制变量回归结果留存备索。下同。

（二）稳健性检验[④]

为检验基准回归结果的稳健性，本文将“村委会至所在乡镇政府的行车距离”替换为“村委会至所在县政府的行车距离”，并将省份固定效应替换为县固定效应进行回归分析。结果显示，更换变量后，大豆、当地最常食用菜类及当地常用酱油的价格均呈现出显著的“越偏远越便宜”特征，而普通绿茶价格显著升高，四者系数绝对值均为0.01，与基准回归结果趋势一致。在采用县固定效应的模型中，行车距离仅对鸡蛋、可口可乐和当地常用酱油三类食品产生显著影响，且价格随距离增加而上升；同时，相较于平原地区，丘陵和山区的主要食品价格依然更高（如面粉、菜油、当地最常食用鱼和菠菜），且系数值进一步增大。综上所述，稳健性检验结果与基准回归结论保持一致，进一步验证了本文实证结果的可靠性与稳健性。

（三）异质性分析

前文的结论仅反映了全样本的平均效应，本文将进一步从区域维度进行异质性分析。由分析结果可知，10个调研省份中，广东、浙江、山东、黑龙江为东部地区，安徽、河南为中部地区，贵州、四川、陕西、宁夏为西部地区。从行车距离来看，东部地区的行车距离对主要食品价格的影响最为显著，共有11种食品价格变化显著（4种价格显著上升，7种显著下降），主要分布于油脂类、肉禽类、蛋类、奶类、水产品类和果蔬类；西部地区次之，有7种食物价格变化显著（5种价格上升、2种下降），涉及主食类、肉禽类、蛋类、奶类、果蔬类和调味品类；中部地区影响最小，仅鸡蛋价格表现为显著正相关。从地势特征来看，中部地区地形差异对食品价格影响最为突出。相较于平原地区，丘陵共有7种主要食品价格显著上升（包括面粉、大豆、豆腐、活鸡、西红柿、苹果和当地水果），2种显著下降（猪肉、普通绿茶）；山区有3种食品价格显著上升（豆腐、活鸡、苹果），2种下降（羊肉、奶粉）。在东部地区，丘陵地势导致3种食品价格下降（牛肉、当地最常食用虾、普通绿茶），1种上升（液态鲜奶）；山区则有3种食品价格下降（鸡蛋、奶粉、普通绿茶）。在西部地区，丘陵和山区共呈现4种食品价格上升和4种下降，主要分布于主食类、油脂类、肉禽类和果蔬类。

综合来看，东部地区呈现出“越偏远越便宜”的特征，主要食品价格对交通可达性更为敏感；西部地区则表现为行车距离与地形因素交织的复杂影响，食品价格涨跌并存；而中部地区的主要食品价格更受地形条件制约，丘陵与山区的价格普遍偏高，体现出地形对生活成本的放大效应。

（四）调节效应分析

为进一步验证假说3和假说4，本文引入调节效应交互项进行回归分析。由乡村旅游交互项结果可知，乡村旅游×行车距离和乡村旅游×村庄地势两项交互项中，分别有2种和5种主要食品价格的回归结果显著，且系数均为负，涉及油脂类、肉禽类、蛋类和果蔬类。这表明，乡村旅游发展在一定程度上可缓解偏远乡村食品价格偏高的问题。由电商经营交互项结果可知，电商经营×行车距离和电商经营×村庄地势的回归结果中，分别有3种和7种主要食品价格变化显著（涵盖主食类、油脂类、肉禽类、果蔬类及糖茶饮料类）。其中，电商经营×行车距离的3种（花生油、猪肉、普通绿茶）系数均为负，说明电商经营能够有效降低偏远乡村的食品价格；而电商经营×村庄地势中，4种食品价格系数为正、3种为负，整体仍表现出一定降价效应。此外，豆类、奶类、水产品类及调味品类的交互项均未达显著水平。综合来看，乡村旅游与电商经营均在不同程度上缓解了偏远乡村食品价格上升的压力，假说3和假说4得证。

④ 囿于篇幅，稳健性检验回归结果、异质性分析结果、调节效应分析结果留存备索。

## 五、结论与政策建议

### （一）结论

本文基于2022年中国乡村振兴综合调查，选取主食类、豆类、油脂类、肉禽类、蛋类、奶类、水产品类、果蔬类、糖茶饮料类和调味品类共10个类别、38种乡村日常主要食品，系统分析其价格差异的影响因素。研究结果表明：(1)中国乡村主要食品价格整体上并未呈现“越偏远越便宜”特征。在38种食物中，有35种价格与村委会至乡镇政府的行车距离无显著相关，仅果蔬类的苹果和当地水果价格显著更低，而鸡蛋价格显著更高，其他类别均不显著。(2)地形差异显著影响食品价格。相较于平原地区，丘陵与山区主要食品价格普遍偏高，其中丘陵8种、山区4种食品价格显著上升，涉及豆类、肉禽类、果蔬类等6类别。(3)区域异质性明显。东部地区偏远乡村的油脂类、水产品类和果蔬类等7种食品价格较低，而中部地区的主食类、豆类、肉禽类和果蔬类等10种食品价格在丘陵、山区地形条件下显著偏高，西部地区则受行车距离与地形共同影响，食品价格呈现涨跌并存的复杂格局。(4)乡村旅游与电商经营具有显著的价格调节效应。调节效应分析显示，乡村旅游可使7种偏远乡村主要食品价格显著下降，电商经营可降低6种偏远或非平原地区乡村食品价格。总体而言，交通区位与地形条件共同塑造了中国乡村食品价格的空间格局，而乡村旅游与电商经营的发展在一定程度上缓解了偏远地区生活成本上升的压力。

### （二）政策建议

基于研究结果，为进一步缩小城乡及区域间食品价格差异，促进农村市场协调发展，应从价格治理体系完善、产业发展结构优化和新业态引导管理三方面着力。

1.健全市场价格监测预警治理体系，营造稳定消费环境

依据《关于完善价格治理机制的意见》要求，应从制度层面全方位完善市场价格监测预警治理体系。具体包括：科学布局食物价格监测点，纳入居民日常主要食品品类，强化数据精细化与时效性，及时掌握价格动态；加快信息化平台建设，密切跟踪重要商品价格变动，建立价格异常波动的自动预警机制；完善价格应急预案，当局部市场食品价格持续高于区域平均水平时，及时采取定向调运、限价投放、补贴帮扶等措施，稳定市场预期，保障困难群体基本生活。同时，鼓励经营主体遵循市场规律、合理定价，共同维护公平有序的市场环境。

2.实施差异化扶持政策与特色农业发展，优化区域供给结构

针对丘陵与山区主要食品价格偏高的现状，应制定区域差异化的产业扶持与供给调控政策。在丘陵地区，重点发展耐储运的粮油作物与当地特色果蔬，优化生产与流通环节，采用先进种植、仓储和物流技术，减少中间损耗，提高农产品市场竞争力；在山区，鼓励发展高附加值农产品，充分利用生态与地理优势，培育地理标志或生态认证产品，以品质溢价弥补运输成本高的不足。针对中部地区受地形制约明显的特征，应依托交通干线布局区域性农产品集散中心，提升流通效率、降低物流成本；东部地区则可进一步发挥市场化与基础设施优势，将偏远乡村纳入城市冷链物流体系，确保农产品新鲜度与品质，实现城乡市场一体化发展；针对西部地区食品价格影响因素复杂的特点，应强化交通与市场基础设施的精准投入，并推动建立产销直供链路，有效稳定供给、平抑价格波动。

3.加强乡村旅游与电商引导管理，激发农村市场活力

应统筹推进乡村旅游与电商的规范化发展，充分发挥其在拓宽流通渠道、平抑食品价格和促进消费升级中的作用。首先，建设区域电商服务中心，完善运营体系与培训机制，引导经营主体树立社会责任意识，合理定价、诚信经营，关注本地消费需求。其次，健全市场监管机制，严禁旅游企业和电

商平台在偏远地区囤积居奇、串通定价，通过价格监测预警平台实时监控其定价行为，必要时实施区域准入限制，维护市场秩序。最后，完善政策激励与资金扶持体系，推动乡村旅游服务升级与农村电商技术创新，实现“产品走出去、产业强起来”，让旅游和电商的红利惠及更多农村消费者，促进城乡经济协调联动与乡村振兴战略的深化落实。

**参考文献**


[1] 廖望. 建国70年我国居民消费价格变迁研究[J]. 价格月刊, 2019(6): 90-95.

[2] 王康, 王磊, 罗玉波. 中国区域食品价格差异收敛性检验——基于微观价格数据的空间计量与动态效应分析[J]. 统计与信息论坛, 2016, 31(5): 49-56.

[3] 陈梦根, 宋苗苗. 地区食品价格比较: 中国哪儿吃的贵?[J]. 北京社会科学, 2018(7): 24-36.

[4] 葛显龙, 杨斯然. 乡村振兴背景下生鲜农产品上行集货路径优化研究[J]. 运筹与管理, 2024, 33(2): 22-28.

[5] 乔时, 王振霞. 食品价格波动、通货膨胀和低收入群体福利关系研究[J]. 价格理论与实践, 2013(12): 62-63.

[6] 赵昕东, 王小叶. 什么决定中国食品价格变动: 供给抑或需求——基于随机波动时变参数模型[J]. 财经研究, 2014, 40(11): 61-70.

[7] 黎东升, 李静, 马敬桂. 国内外随机事件对中国食品价格波动影响研究[J]. 农业经济问题, 2014, 35(3): 68-74+111.

[8] 王莉娟. 湖北食品价格影响因素分析及调控策略研究[J]. 调研世界, 2023(10): 80-88.

[9] 李文星. 中国城乡食品价格的非线性互动关系及其政策启示——基于两区制门槛向量误差修正模型的实证研究[J]. 统计与信息论坛, 2015, 30 (3): 51-56.

[10] 朱佩芬. 农村现代物流对农村居民消费水平和消费结构的影响[J]. 广东社会科学, 2021(3): 44-53.

[11] 郑旭媛, 应瑞瑶. 农业机械对劳动的替代弹性及区域异质性分析——基于地形条件约束视角[J]. 中南财经政法大学学报, 2017(5): 52-58+136.

[12] 李庆, 韩菡, 李翠霞. 老龄化、地形差异与农户种植决策[J]. 经济评论, 2019(6): 97-108.

[13] 冀名峰, 李琳. 农业生产托管: 农业服务规模经营的主要形式[J]. 农业经济问题, 2020(1): 68-75.

[14] 陈佳, 张丽琼, 杨新军, 等. 乡村旅游开发对农户生计和社区旅游效应的影响——旅游开发模式视角的案例实证[J]. 地理研究, 2017, 36 (9): 1709-1724.

[15] 郭建鑫, 王洪彪, 于峰, 等. 农产品龙头网商对本地小农网商经营绩效的影响: 引领还是挤出?[J]. 中国农村经济, 2024(8): 166-184.

[16] 赵晓飞, 李崇光. 农产品流通渠道变革: 演进规律、动力机制与发展趋势[J]. 管理世界, 2012(3): 81-95.

[17] 吕丹, 张俊飚, 王雅鹏. 农产品电子商务采纳的增收机理研究——基于589个新型农业经营主体调查数据[J]. 中国农业资源与区划, 2021, 42(8): 96-106.

[18] 黄维晨, 陆铭, 王越. 平台与密度的互补: 本地即时电商如何赋能城市生活服务业?[J]. 中国软科学, 2024(2): 74-84.

[19] 江小涓, 靳景. 数字技术提升经济效率: 服务分工、产业协同和数实孪生[J]. 管理世界, 2022, 38(12): 9-26.

[20] Akis A. The effects of mass tourism: A case study from Manavgat (Antalya-turkey)[J]. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 2011, 19: 289-296.

[21] Dhingra S, Morrow J. Monopolistic competition and optimum product diversity under firm heterogeneity[J]. Journal of Political Economy, 2019, 127(1): 196-232.

[22] Krugman P. Scale economies, product differentiation, and the pattern of trade scale economies, product differentiation, and the pattern of trade[J]. American Economic Review, 1980, 70(5): 950-959.

[23] Pever K. Resident attitudes toward tourism impacts[J]. Annals of Tourism Research, 1996, 23(3): 695-697.


（**责任编辑**：裴雪昆）

# Are Food Prices Cheaper in More Remote Villages?

## ——Evidence from the China Rural Revitalization Survey

YAN Jun[1], LI Rui[2], WANG Yu[3]

(1. School of Accounting, Capital University of Economics and Business, Beijing 100070, China;

2. College of Public Administration and Humanities, Dalian Maritime University, Dalian 116026, Liaoning, China;

3. Rural Development Institute, Chinese Academy of Social Sciences, Beijing 100732, China)

**Abstract:** Food prices constitute a significant part of residents' living costs. Conventional wisdom holds that due to lower production and living costs, food prices in remote rural areas should be relatively cheaper. However, some studies suggest that higher market participation costs in remote areas may actually lead to higher food prices. Based on data from the China Rural Revitalization Survey (CRRS) in 2022, covering 222 villages and 38 major food items across 10 categories, the paper systematically analyzes the factors influencing food prices in remote rural areas. The findings reveal that among 35 major food items, prices show no significant correlation with geographical distance. Only apples and other local commonly consumed fruits are priced lower, while eggs are priced higher, indicating that food prices in remote villages are not generally cheaper overall. Terrain has a more pronounced impact on food prices than distance. Compared to plain areas, hilly areas have higher prices for staples, legumes, oils, meat, poultry, fruits, vegetables, and condiments; mountainous areas also show significantly higher prices for legumes, meat, poultry, fruits, and vegetables. Heterogeneity analysis indicates that in eastern remote villages, seven items across oils, aquatic products, fruits, and vegetables are priced lower, while in central regions, ten items across staples, legumes, meat, poultry, fruits, and vegetables are significantly influenced by terrain and priced higher. Moderating effect analysis shows that rural tourism and e-commerce operations help reduce prices of staples, oils, meat, poultry, eggs, fruits, vegetables, and sugary beverages in remote, hilly, and mountainous villages. The study recommends improving the food market monitoring and regulation system, implementing differentiated support policies, promoting specialized agricultural development, and strengthening guidance and standardization of rural tourism and e-commerce to reduce the risk of returning to poverty and foster fair and sustainable rural consumption.

**Key words:** food prices; poverty return prevention; price subsidies; rural consumption